MDS入門——課程心得

B10408003 四企管三甲 黃丹禕

第一次接觸到資料處理這方面，是上學期在孟彥家族晨會時，老師讓每個同學都處理一份日月潭泳渡的資料。作為成員之一，當時拿到資料的我一頭霧水，並不知道這份資料該用什麼樣的方式去進行整合處理。我的想法和思維，都被原來的表格禁錮了，總覺得他原本分類的就很ok，沒什麼需要改進的。所以與大多數做錯的同學相同，我也僅僅是把不同的表格幾乎原封不動搬進了excel，現在想來，實在是又可笑又慚愧。還記得聽到羅君學姐報告正確處理的思路時，我如同醍醐灌頂，才終於大致明白MDS究竟是怎麼一回事，對於資料處理也才算是有了一些頭緒，更因如此，深深知道自己在這方面有許多不足，還需要多聽、多看、多學習。

對於MDS更深入一點的接觸，是開始接觸到R語言。同樣是上學期，因有專案需求，賀嘉生老師特地百忙之中抽空，在禮拜四的晚上來學校上R語言的課程。我雖然不是那個專案的成員，但之前在接觸管理雜誌專案時，了解到這個程式，因此對這方面頗有興趣，也想深入學習。記得課堂上老師有或多或少分享業界經驗，例如為百貨公司分析會員資料，分析出一年內進店與消費的客人並且做劃分，從而能夠針對不同的客戶群進行不同的行銷手法，達到提高顧客忠誠度、增加銷售的效果。另外，還有對網路上（例如PTT）的用戶評價進行爬文，並且將這些資料整合成清晰的數據，我想這就是將非結構化資料轉為結構化資料的重要程序吧。

同樣，現在這個大數據時代，行銷不再侷限於以往的傳統行銷，如何運用大數據、MDS等工具，讓行銷變得更加有效果（effective）、有效率（efficient）。我們其實身處在一個充滿資訊的環境裡，但是這些資訊哪些是有用的、可用的，要如何將表面看上去毫無關聯的資料，轉換成SQL，變成對行銷有幫助的數據，並轉換成商機實際運用在生活裡，是我們今後需要學習與研究的方向。只可惜，上學期的課由於時間不固定，有幾次因個人原因無法出席，只是初步學習了一些皮毛。因此希望這學期，在這節課上，通過老師系統性的教學與自己的學習，能夠對該方面有更深入的了解與懂得基本的操作。

另外，在課堂上老師與同學們的「猜生日遊戲」令我印象深刻。“十二個人中，一定有兩個以上生日同天”，僅僅憑藉大家的主觀判斷，會覺得這樣的機率應該不大，更何況這樣的猜測完全是無憑無據的。結果果然令大家驚訝，根據數學算出的數據，與我們頭腦中認知的原委，根本是大相徑庭的。結果每一把都是老師贏了，原因再簡單不過——老師是通過數據科學作出判斷，而我們僅憑莫名其妙的直覺與空穴來風的自信。眼見不一定為實，根據多年經驗所認知的，也不一定為真。果然能相信的，唯有不變的真理——科學也。也正是我們要學習的，看見事情背後的真理，而不是簡單停留在表面。

最後，說一些對自己的期許吧。終於在廣泛的企管領域中確認了自己的方向是行銷，又遇到本身對程式頗有興趣（大一還去修了工管系的程式課，雖然沒學好⋯），從小數學和統計學得也還不錯，行銷資料科學這門課對我來說算是最適合、又最有挑戰性的。希望能抓住這個機會挑戰自己，學有所獲。